

Los planes de regalos: autocrítica de las clases mercantiles

UN fenómeno de autocrítica más patente cada día se registra en el devenir de nuestras clases económicas. Uno de ellos harto elocuente es el análisis de los métodos de competencia comercial o industrial con el fin de librarlos de vicios y manías que a menudo van a herir la vitalidad misma del país.

Las circunstancias determinan que los planes de regalos y otros artificios falsamente estimulantes de los negocios y las ventas constituyan uno de los temas polémicos de las clases comerciales. Y es de admirar que comienzan ellas por ver la paja en el propio ojo antes que la viga en el ajeno.

Ahora son, por ejemplo, los tostadores de café quienes se reúnen para enjuiciar los planes de regalos y otros llamados alicientes que han implantado algunos industriales del ramo. Resultan ser tan llamativos como el obsequio de molinos, instalación de cafeteras, etc. El asunto en general, es de importancia y el sistema cunde y prolifera en multitud de giros del comercio y la industria que también vienen reaccionando en defensa de sus propios intereses, los del consumidor y los de la economía nacional.

La Asamblea Provincial de Tostadores de Café de la provincia de Las Villas que acaba de celebrarse en Santa Clara hizo tema central de sus deliberaciones esta batallona cuestión de la propaganda y la competencia mal encaminadas. Conclusiones: que son ilícitos y erróneos los planes de regalos y otros alicientes que bajo nombres más o menos coonestadores perjudican a los tostaderos que no recurren a tales maniobras de competencia desleal, "ya que ello crea una pugna improcedente y antieconómica dentro de la industria". Que como actitud positiva y fomentadora "la clase considera que se debe anunciar, ya que anunciar es vender, pero utilizando los medios lícitos de propaganda: Prensa, cine, radio, televisión y otros inobjectables por su probidad y eficiencia. Que, por lo contrario, "los planes de regalos, rifas, etc., además de alimentar el vicio del juego en la ciudadanía, crea competencias desleales, ya que lo cuerdo es mejorar cada día más la industria y el producto que se hace llegar al público, sin caer en los sistemas que se vienen utilizando".

Esta reacción defensiva iniciada por la Asamblea Provincial de Tostadores de Las Villas procura hacerse nacional como corresponde a su designio rectificador de un creciente peligro económico para Cuba.

Ha sido elevada a la Junta de Gobierno de la Asociación Nacional de Propietarios de Tostaderos de Café para que se circule a las asambleas provinciales y se convoque a una reunión nacional que determine la directriz de la industria, y se interese el respaldo del Ministerio de Agricultura y del Instituto del Café contra aquella competencia desleal de ciertos industriales.

Entre las clases económicas puede prender y cundir un concepto equivocado, como el que nos ocupa, e irroga perjuicios indebidos y graves, capaces de anemiar los negocios, crear hábitos que depauperen como las estupefacientes y labrar la desdicha nacional. Pero afortunadamente tales brotes minoritarios siempre acaban por perecer a manos de la sensatez y el patriotismo que en todo tiempo han limpiado de escollos la senda de nuestro progreso económico a base de acatamiento a los fueros de la probidad comercial y a las enseñanzas de las técnicas más eficaces.

La publicidad bien entendida, la promoción efectiva de ventas es obra exclusiva del anuncio bien hecho en la prensa, la radio, la televisión, etc. A nosotros nos toca mantener vigente y comprensible esta verdad. Y no es excesiva ambición el colegir que cumpliendo este deber elemental hemos contribuido a que las propias clases económicas asuman con toda franqueza y vigor el repudio de ocasionales desviaciones, a veces tan imponentes y disociadoras como las que estamos padeciendo.